



Heikki Mertaniemi

KUNTOKESKUSTEN ASIAKASTIETOJÄRJESTELMÄKARTOITUS

KUNTOKESKUSTEN ASIAKASTIETOJÄRJESTELMÄKARTOITUS

Heikki Mertaniemi
Opinnäytetyö
Syksy 2012
Hyvinvointiteknologian koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu

Hyvinvointiteknologia

Tekijä(t): Heikki Mertaniemi

Opinnäytetyön nimi: Kuntokeskusten asiakastietojärjestelmäkartoitus

Työn ohjaaja(t): Jukka Jauhiainen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2012

Sivumäärä: 36 + 3 liitettä

Opinnäytetyö suoritettiin Tooltip Oy:n tilauksesta. Tooltip Oy on Oulun seudulta kotoisin oleva ohjelmointiyritys, joka tarjoaa verkkosivustojen ja -palveluiden suunnittelua ja toteutusta liikunta- ja hyvinvointialojen yrityksille. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada tietoon suomalaisten kuntokeskusten käyttämiä asiakastietojärjestelmiä, niiden puutteita ja niille asetettuja vaatimuksia. Opinnäytetyön tuloksien pohjalta Tooltip Oy saa mahdollisuuden parantaa omaa FitnessBooker -ohjelmaansa ja mahdollisesti myös laajentaa asiakaskuntaansa. Opinnäytetyön avulla löydettyjen ratkaisujen ja ideoiden myötä FitnessBookerista saataisiin kehitettyä entistäkin monipuolisempi ja kattava asiakastietojärjestelmä, joka vastaisi asiakkaiden tarpeisiin entistä paremmin.

Opinnäytetyö toteutettiin Internetin välityksellä levitetyllä kyselytutkimuksella, joka tehtiin Webropol-kyselyohjelmalla. Tieto Webropolista ja kyselytutkimuksien perusteista hankittiin itse. Kyselelyyn vastaamiseen tarvittavat henkilökohtaiset linkit lähetettiin sähköpostilla, minkä jälkeen kyselystä saadut tulokset analysoitiin.

Työhön vastasi yhteensä 37 erikokoista kuntokeskusta ympäri Suomen. Vastausprosentti jäi pieneksi, mutta kyselyyn vastanneiden keskusten suuri kokojakauma luo mahdollisuudet luotettavaan ja käytännölliseen tulosten jälkikäsitteilyyn. Koska vastanneiden keskusten joukkoon mahtui niin pieniä kuin suuriakin kuntokeskuksia, on mahdollista ymmärtää ja huomata ne ongelmakohdat, joita kuntokeskukset asiakastietojärjestelmissään kokevat olevan. Työn tuloksista on saatavissa tarkkaa tietoa siitä, mitä asiakastietojärjestelmiä kuntokeskukset käyttävät ja millaisia ominaisuuksia he asiakastietojärjestelmiinsä toivoisivat.

Suurimpana kehityskohteena kuntokeskukset toivoivat asiakastietojärjestelmiltä parannuksia asiakassuhteiden hallintaan. Vastaajien mukaan asiakastietojärjestelmien toimittajien pitäisi keskittyä enemmän suoraan asiakkailta tulevien kehitysehdotusten toteuttamiseen. Opinnäytetyön tuloksilla pyritään saamaan FitnessBookerille kehityssuuntia ja informaatiota siitä, millaista toiminnallisuutta kuntokeskusten asiakastietojärjestelmiltä vaaditaan.

Asiasanat: asiakastietojärjestelmä, kuntokeskus, kyselytutkimus,

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences

Medical engineering

Author(s): Heikki Mertaniemi

Title of thesis: Customer Information System Mapping for the Fitness Centers

Supervisor(s): Jukka Jauhiainen

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2012 Pages: 36 + 3 appendices

Tooltip Oy ordered the thesis. Target of the thesis is to get information about customer information systems of Finnish fitness centers and about their properties and weaknesses. Tooltip Oy can expand their customer base and improve their own customer information system called FitnessBooker on the basis of the results of the thesis. FitnessBooker would be developed to more versatile and comprehensive customer information system with solutions and ideas coming from this thesis.

The thesis was carried out as a survey made by Webropol. The surveys distributed by e-mail with personal links to every respondent. Every other information about Webropol and surveys were get by themselves. Results of the thesis were analyzed by themselves.

Thirty-seven different sizes fitness centers all around Finland were responded to the survey. The results of the thesis give exact information about customer information systems and what kind of properties fitness centers would like to have in their customer information systems. The biggest development area of the customer information systems was customer relationship managements. Developers of the customer information systems should listen more about development suggestions coming straight from the customers. The results of the thesis will give development areas to FitnessBooker.

Keywords: customer information system, fitness center, survey

ALKULAUSE

Kiitokset opinnäytetyön aiheesta kuuluvat Sami Ylimäiselle Tooltip Oy:sta. Kiitokset myös ohjaavalle opettajalle Jukka Jauhiaiselle ja Kari Kiviaholle kaikesta avusta tämän työn tekemisen aikana.

Oulussa 12.11.2012

Heikki Mertaniemi

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	3
ABSTRACT	4
ALKULAUSE	5
SISÄLLYS	6
1 JOHDANTO	7
2 KYSELYTUTKIMUKSET	9
2.1 Kysymysten luokittelu	9
2.2 Kyselytutkimuksen luotettavuus	10
3 KYSELY	12
3.1 Perustietokysymykset	15
3.2 Kysymykset koskien eri käyttökohteisiin käytettäviä järjestelmiä	16
3.3 Autentikointimetodeja koskevat kysymykset	18
3.4 Kysymykset koskien nykyisien järjestelmien ominaisuuksia ja puutteita	18
4 KYSELYN TULOKSET JA TULOKSIEN POHDINTA	21
4.1 Perustietokysymykset	21
4.2 Kysymykset koskien eri käyttökohteisiin käytettäviä järjestelmiä	23
4.3 Autentikointimetodeja koskevat kysymykset	29
4.4 Kysymykset koskien nykyisien järjestelmien ominaisuuksia ja puutteita	30
5 YHTEENVETO	35
LÄHTEET	36
LIITTEET	
LIITE 1 LÄHTÖTIETOMUISTIO	
LIITE 2 SAATEKIRJE	
LIITE 3 KYSELY	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön idea tuli laboratorioinsinööri Kaisa Orajärveltä, joka keväällä 2012 kyseli sähköpostitse opiskelijoiden kiinnostusta aloittaa opinnäytetyön tekeminen koskien kuntokeskusten asiakastietojärjestelmiä. Aihe tuntui kiinnostavalta, koska kyselytutkimukset ovat jokapäiväisessä elämässä vastaantuleva asia ja niiden merkitys tiedonkeräämisessä on suuri.

Opinnäytetyön aihe oli tullut Tooltip Oy:n Sami Ylimäiseltä, joka on kiinnostunut laajentamaan asiakaskuntaansa ja kehittämään FitnessBooker -ohjelmaansa. Asiakaskunnan laajentamista varten tuli suorittaa suomalaisille kuntokeskuksille kohdistettu asiakastietojärjestelmäkartoitus, jossa haettiin suomalaisten kuntokeskuksien käyttämiä asiakastietojärjestelmiä, niiden ominaisuuksia ja niitä kohtaan asetettuja vaatimuksia. Opinnäytetyö vastasi kyselyn tekemisestä.

Opinnäytetyön tilaajana toimiva Tooltip Oy odottaa saavansa tarkempaa analyysia asiakastietojärjestelmän puutteista ja vaatimuksia, joita he voivat siten ottaa huomioon omassa FitnessBooker-ohjelmassaan, joka on myös kuntosaliryitysten asiakastietojärjestelmä. Opinnäytetyön tulosten pohjalta Tooltip Oy voi kehittää omaa ohjelmaansa ja laajentaa käyttäjäkuntaansa parhaalla mahdollisella tavalla. Tooltip Oy on Oulun seudulta kotoisin oleva ohjelmointiyritys, joka tarjoaa verkkosivustojen ja -palveluiden suunnittelua ja toteutusta liikunta- ja hyvinvointialojen yrityksille. (2.)

On myös tärkeää, että kuntokeskusyrittäjille olisi saatavilla yhä tehokkaampia ja monipuolisempia vaihtoehtoja asiakastietojärjestelmiksi, kuin mitä tämänhetkissä järjestelmissä on mahdollista saada. Useat kuntokeskukset toimivat vielä jopa ilman minkäänlaista järjestelmää, mutta yleensä näiden paikkojen pieni koko ja pieni asiakaskunta mahdollistavat sen.

Kunto- ja liikuntakeskuksien asiakastietojärjestelmillä voidaan ohjata keskusten toimintaa ja saada reaaliaikaista tietoa keskuksien tapahtumista. Asiakastieto-

järjestelmillä saadaan kattavia raportteja keskusten toiminnasta, esimerkiksi jäsenmääristä ja jäsenyyksien myynneistä. (4.)

Toimivien asiakastietojärjestelmien avulla voidaan tehostaa liikunta- ja kunto-keskusten toimintaa. Toimivat asiakastietojärjestelmät mahdollistavat resurssien siirtämisen oikein ja luovat henkilökunnalle mahdollisuuden entistäkin parempaan ja kattavampaan asiakaspalveluun. (1.)

Tällä hetkellä suomalaisten kuntokeskuksien suosituimpina asiakastietojärjestelminä ovat Kulkuri, DL Software Sports Edition ja Polar Fitness Management.

Kulkurin suosio perustuu epäilemättä sen helppokäyttöisyyteen, koska se on analoginen järjestelmä ja täten ehkä vähemmän virhealtis. Kulkuri toimii kuitenkin vain kulunvalvontajärjestelmänä eikä sitä voida käyttää muihin käyttökohteisiin. (3).

DL Software Sports Edition on suunniteltu kuntokeskuksien, uimahallien ja palloiluhallien liiketoiminnan ohjaukseen. Sen helppokäyttöisyyden tavoitteena on parantaa asiakastytyvyyttä ja täten pidentää asiakkuussuhteita. (4.)

Polar Fitness Management on Polar Electron kehittämä kunto- ja liikuntakeskusten hallinnointiin tarkoitettu asiakastietojärjestelmä. Se pyrkii tarjoamaan kaikki keskusten tarvitsemat palvelut yhden ohjelman sisällä. Polarin vahvuutena pidetään yrityksen pitkää toimintaa liikunta-alalla. (1.)

Opinnäytetyön tarkoituksena oli löytää mahdollisia ratkaisuja, joiden avulla Tooltip Oy:n FitnessBooker -asiakastietojärjestelmästä saisi tehtyä mahdollisimman hyvän ja kattavan. Näiden ratkaisuiden avulla Tooltip Oy saisi laajennettua asiakaskuntaansa asiakastietojärjestelmänsä avulla, joka vastaa asiakkaiden vaatimuksiin ja tarpeisiin entistäkin monipuolisemmin ja kattavammin.

2 KYSELYTUTKIMUKSET

Kyselyn käsite on laaja. Sillä tarkoitetaan niin yksinkertaisia mielipidetiedusteluita kuin laajoja kyselytutkimuksiakin. Kyselytutkimuksen tarkoituksena on kerätä ja tarkastella tietoa erilaisista asioista esimerkiksi yhteiskunnan ilmiöistä tai ihmisten asenteista ja arvoista. Kyselytutkimuksissa tutkimuksen mittausvälineenä pidetään kyselylomaketta, jonka avulla tutkija etsii vastauksia haluamiinsa kysymyksiin. Kyselytutkimus voidaan suorittaa myös haastattelututkimuksena, jossa mittausvälineenä käytetään haastattelulomaketta. Haastattelu- ja kyselylomakkeen suurin eroavaisuus on siinä, että kyselylomakkeen on voitava toimia pelkästään, ilman haastattelijan apua. Hyvän kyselylomakkeen tärkeimpänä ominaisuutena voidaan pitää sisällöllisten ja tilastollisten näkökulmien kohtaamista. (5.)

Kyselytutkimukset ovat yleensä määrällisiä tutkimuksia, minkä vuoksi kyselyaineistot ovat lähinnä mitattuja lukuja ja numeroita. Määrällisissä tutkimuksissa on yleistä kysymyksien esittäminen sanallisesti ja vastaaminen numeerisesti. Numeerisilla vastauksilla saadaan yleensä kysymyksiin tarkempaa informaatiota kuin sanallisesti annettavilla. Sanallisesti annettavat vastaukset ovat myös selvästi vaikeampia purkaa ja analysoida. Jos määrällisen ja laadullisen tutkimuksen eroja kärjistetään, voisi sanoa, että määrällisellä haetaan yleiskäsitystä ja laadullisella yksityiskohtia. Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen erot eivät kuitenkaan sido kyselytutkimuksia mihinkään, koska samassa kyselyssä saatetaan käyttää molempia tapoja. (5.)

2.1 Kysymysten luokittelu

Kysymykset voidaan luokitella avoimiin ja suljettuihin kysymyksiin. Avoimiin kysymyksiin vastataan vapaamuotoisesti, kun taas suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. Suljettujen kysymysten vastausvaihtoehdot on mietittävä tarkkaan, koska niiden on oltava toisensa poissulkevia. Suljetuissa kysymyksissä annetaan melko karkeat vastausvaihtoehdot, jottei vaihtoehtoja syntyisi liikaa. Vastausvaihtoehtojen perusteella on kuitenkin helpompaa

analysoida kysymystä myöhemmin. Vastausvaihtoehdoissa käytettävät karkeat luokittelut on mietittävä etukäteen tarkasti, jotta saataisiin selville tutkimuksen kannalta riittävä tarkkuus. On huomioitavaa, ettei kysymyksessä annettuja vastausvaihtoehtoja voi muuttaa jälkikäteen. Kysymysten vastausvaihtoehtojen selvittämistä helpottaa samoista aiheista tehdyt tutkimukset, joiden perusteella vastausvaihtoehtojen tarkkuus on helppo päätellä. Näin ollen tutkimusten tuloksia on myös helpompaa vertailla keskenään.

Kyselytutkimuksissa täytyy käyttää niin avoimia kuin suljettujakin kysymyksiä. Suljettujen kysymysten valmiit vastausvaihtoehdot helpottavat kyselyyn vastaamista ja myöhempää analysointia, mutta avoimet kysymykset voivat antaa informaatiota, jota suljetuilla kysymyksillä ei olisi mahdollista saada. Avoimia kysymyksiä on paras käyttää tilanteissa, joissa suljettu kysymys olisi mahdottomuus, esimerkiksi vastausvaihtoehtoja on liikaa tai niitä ei voida luetella. (5.)

2.2 Kyselytutkimuksen luotettavuus

Kyselytutkimuksia analysoitaessa usein nousevat esiin käsitteet validiteetti ja reliabiliteetti, joiden ymmärtäminen on ensisijaisen tärkeää, jotta myös tutkimuksesta voisi käsittää jotain. Vapaasti suomennettuna validiteettia voitaisiin kutsua pätevyudeksi ja reliabiliteettia luotettavuudeksi tai toistettavuudeksi. Yleensä tutkimuksissa käytetään vain ensin mainittuja sanoja, joten pitäydytään niissä.

Validiteetti kertoo sen, mitattiinko tutkimuksessa oikeita asioita, ja reliabiliteetti sen, kuinka tarkasti mitataan. Validiteetille suurimpia ongelmia voivat aiheuttaa tilanteet, joissa mittaus suoritetaan eri maassa kuin missä se on aluksi tehty. Mittauksen kääntäminen toiselle kielelle voi aiheuttaa myös kysymyksien tarkoituserien muuttumisen. On tärkeää päättää ensin asiat, joita tutkitaan, ja vasta sitten muotoilla kysymykset, jotta tutkimus voitaisiin toistaa vielä useamman vuoden päästäkin. Reliabiliteetin kannalta on ensisijaisen tärkeää, että kysymyksiin on mahdollista tehdä muutoksia ja ne silti mittaavat samaa asiaa. Validiteetin ja reliabiliteetin suhdetta on helpoin kuvata niin, että jos validiteetti ei ole kunnossa, ei reliabiliteetilla ole mitään merkitystä. (5.)

Kyselytutkimuksien tärkeimpiin käsitteisiin kuuluvat myös perusjoukko ja otos. Perusjoukkoon kuuluvat ne henkilöt tai yritykset, joista tutkimuksessa ollaan ylipäättään kiinnostuneita. Otos taas koostuu niistä henkilöistä tai yrityksistä, jotka päätyvät kyselyn vastaajiksi. Otannon perusideana on se, että kyselytutkimukseen vastaajista voidaan luoda yleistys koskemaan koko perusjoukkoa. Jokaisella perusjoukkoon kuuluvalla tulee siis olla sama mahdollisuus päätyä otoksen jäseneksi eli vastaamaan kyselytutkimukseen. (5.)

Kyselytutkimusta laadittaessa ja suoritettaessa voi eteen tulla useita ongelmia. Joko vastaajat eivät kuulu tutkimuksen perusjoukkoon tai heitä ei ole tarpeeksi tai kysymykset eivät ole hyvin aseteltuja tai puolueettomia. (5.)

3 KYSELY

Opinnäytetyön kehittäminen aloitettiin keväällä 2012, jolloin Kaisa Orajärvi ilmoitti sähköpostilla mahdollisesta aiheesta. Opinnäytetyön tekeminen aloitettiin Webropol-kyselyohjelmaan tutustumisella. Tämän ohjelman avulla työssä käytettävä kysely tehtiin ja levitettiin. Aloituspalaverissa laadittu lähtötietomuistio löytyy liitteestä 1. Webropol-ohjelman käyttöön saatiin lisenssit OAMK:n rehtoritoimistolta. Kyselyn kehittämisessä suurena apuna oli Kari Kiviaho, koska hän oli itsekin suorittanut ja laatinut useita järjestelmäkartoituksia ja kyselyitä. Kuvasta 1 nähdään Webropol-kyselyohjelman perusnäköymä. Kuvasta 2 nähdään Webropolin kysymystyyppien valintanäköymä.

Sijaitsee kansiossa: [Pääkansio](#) - Kysely: [testikysely](#) - Kyselyn tila: [Julkaistun](#) - Kyselyn ID: [Fin573543](#)

1 Luo/Muokkaa kyselyä **2** Kyselyn asetukset **3** Kirjaa vastauksia Raportti ja yhteenveto Kyselyn esikatselu

Lisää kysymys **Lisää otsikko**
Lisää uusi ohje

Kyselyn sisältö

- ☒ testikysely
 - ☐ Sivu 1

Kyselyn otsikko:
testikysely [Editori](#)

[Näytä kyselyn alkuselle](#) [Tallenna](#)

[Siirrä kysymys](#) [Kopioi kysymys](#)
[Poista kysymys](#) [Muuta asetuksia](#)

KUVA 1. Webropol-kyselyohjelman perusnäköymä

Kysymystyyppi
Peruskysymykset

Valinta <input checked="" type="radio"/> Vaihtoehto 1 <input type="radio"/> Vaihtoehto 2 <input type="radio"/> Vaihtoehto 3	Monivalinta <input checked="" type="checkbox"/> Vaihtoehto 1 <input checked="" type="checkbox"/> Vaihtoehto 2 <input type="checkbox"/> Vaihtoehto 3	Avoin kysymys Lorem ipsum															
Asteikko Arvo 1 Arvo 2 Vaihtoehto 1 <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> Vaihtoehto 2 <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/>	Monivalinta-asteikko Arvo 1 Arvo 2 Vaihtoehto 1 <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Vaihtoehto 2 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Tekstikenttä Lorem ipsum Lorem ipsum															
Yhteystietolomake Nimi <input type="text"/> S-posti <input type="text"/> Puh <input type="text"/>	Kuvakysymys valinta Vaihtoehto1 Vaihtoehto2 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Kuvakysymys monivalinta Vaihtoehto1 Vaihtoehto2 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>															
Nelikenttä 	Positio <table border="0"> <tr><td>+</td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input checked="" type="radio"/></td><td>-</td></tr> <tr><td>+</td><td><input checked="" type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td>-</td></tr> <tr><td>+</td><td><input type="radio"/></td><td><input checked="" type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td>-</td></tr> </table>	+	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	-	+	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-	+	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	-	Hierarkia
+	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	-													
+	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-													
+	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	-													
Numeerinen <input type="text" value="123456"/> <input type="text" value="17892.033"/>	Järjestä kuvat 	Arvioi kuvat 															

Sulje

KUVA 2. Webropolin kysymystyyppien valinta

Kyselyn viimeisin versio valmistui heinäkuun lopussa 2012 ja se saatiin välitettyä eteenpäin elokuun loppupuolella. Ennen kyselyn lähettämistä tehtiin päivitys saatuun osoitelistaan ja valmisteltiin kyselyn mukana lähtevä saatekirje. Saatekirje löytyy liitteestä 2. Kysely löytyy liitteestä 3.

Syyskuussa 2012 päivitettiin osoitelistaa ja poistettiin osoitteet, jotka eivät enää olleet toiminnassa. Samalla alettiin myös perehtyä opinnäytetyöhön liittyvään tilastotieteeseen, jotta tulokset saataisiin käsiteltyä riittävällä tarkkuudella ja tiedoilla.

Kyselyä suunniteltaessa tutustuttiin yleisesti internetkyselyihin ja kyselylomakkeisiin, jotta saataisiin hieman havaintoa siitä, millainen on hyvä ja tehokas kysely. Kyselyn tarkoituksena olisi tavoittaa mahdollisimman paljon vastaajia ja saada aikaiseksi luotettavaa ja käytännöllistä tietoa. Suureksi avuksi kyselyä laatiessa osoittautui Kimmo Vehkalahden kirja Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät, jossa jokainen kyselyn vaihe on eroteltuna hienosti. (5.)

Tässä luvussa kyselyn kysymykset esitellään muutaman kysymyksen kysymyskokonaisuuksissa, koska se lisää loogisuutta ja helpottaa kysymysten purkamista pieniin palasiin. Kyselyyn valikoitui yhteensä 19 kysymystä, joista yhtään ei olisi voinut pudottaa pois.

Kysely lähetettiin yhteensä noin 480 vastaajalle. Heti aluksi virheilmoitus virheellisestä tai poistetusta sähköpostiosoitteesta tuli noin sadan osoitteen kohdalta, joten vastaajalistasta oli pudotettava pois noin sata potentiaalista vastaajaa, koska heidän sähköpostiosoitteensa eivät enää olleet toiminnassa tai heidän yrityksensä olivat jopa lopettaneet. Ensimmäisellä kyselykierroksella kyselyyn vastasi kymmenen keskusta, joten kyselykierroksia oli lisättävä. Seuraavalla lähetyskierroksella kysely lähti yhteensä noin 370 vastaajalle, jotka eivät olleet vastanneet vielä edellisellä kerralla.

Ensimmäinen kyselykierros saatiin lähetettyä syyskuun alkupuolella Webropolin välityksellä. Kysely lähetettiin yhteensä kolme kertaa ja jokaisella kerralla vastausaikaa annettiin viikosta kahteen viikkoon. Webropolin lähetysominaisuuden avulla vastaajien sähköpostiositteet oli helppo listata selkeästi ja täten kyselyiden lähettäminen helpottui. Webropol poistaa vastaajalistalta aina ne osoitteet, jotka kyselyyn ovat jo vastanneet. Tämä ominaisuus on mahdollinen, koska jokaiselle vastaajalle lähetettiin henkilökohtainen linkki kyselystä. Henkilökohtaisien linkkien avulla jokaisen vastaajan tulokset voidaan käsitellä ominaan.

3.1 Perustietokysymykset

Kyselylomakkeen alussa sivuston ylälaitaan tulee ilmoitus siitä, mitä kyselyssä käsitellään. ”Kuntokeskuksien tietojärjestelmäkartoitus. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa suomalaisten kuntokeskuksien käyttämiä tietojärjestelmiä, tarpeita ja kehittämiskohteita niihin liittyen.”

Kyselyn ensimmäinen kysymys on perinteinen ”Kuntokeskuksenne nimi?”, jotta voitaisiin suoraan saavuttaa kuntokeskus, jonka asiakastietojärjestelmissä mahdollisesti ilmeni puuttuvia ominaisuuksia. Kysymyksen vastausosio on perinteinen avoin kysymys, koska suljettuna kysymyksenä, jossa vastausvaihtoehdot olisivat valmiiksi esillä, kysymys olisi liian raskas.

Toisena kysymyksenä kysytään toimipisteiden määrää. Tästä kysymyksestä tehtiin suljettu kysymys, jossa vastausvaihtoehtoina ovat lukumäärät yhdestä kymmeneen ja viimeiseksi yli kymmenen. Vastausvaihtoehdot tulevat näkyviin alasvetovalikkoon klikkaamalla ensimmäistä vaihtoehtoa. Tämä oli kaikkein viisain tapa toteuttaa vaihtoehtojen näkyminen, koska se säästää kyselyssä tilaa ja täten kyselystä ei tulisi liian raskas. Näihin lukumääriin päädyttiin, koska kyselyyn vastaa pieniä ja suuria yrityksiä, mutta Suomessa yli kymmenen toimipisteen yritykset ovat hyvin harvinaisia, ja sen vuoksi ei vaihtoehtoja kannata olla enempää.

Kolmas kysymys on toteutettu samoin kuin toinenkin kysymys eli alasvetovalikkona. Kolmannessa kysymyksessä kysytään asiakkaiden määrää. Vaihtoehtoina vastauksille annettiin 150–300, 300–500, 500–750, 750–1000, 1000–1500, 1500–2000, 2000–3000 ja enemmän. Tarkempaa tietoa asiakkaiden määrästä ei tarvita, koska noista lukumääristä saadaan tietoon kuntokeskuksen suuruus. Toisaalta yrittäjätäkään eivät välttämättä halua paljastaa asiakkaidensa tarkkaa lukumäärää.

Viimeisessä perustietokysymyksessä kysytään keskuksen tarjoamia palveluita. Kysymys toteutettiin monivalintakysymyksenä, koska on tärkeää saada valittua useampi mahdollinen palvelu. Vastausvaihtoehdoiksi listattiin kuntosali, pallope-

lit, personal trainer -palvelut, ryhmäliikuntatunnit ja muuta keskeistä, mitä?. Viimeisen vaihtoehdon jälkeen on tyhjää tilaa, johon vastaaja voi kirjoittaa haluamiaan palveluita.

3.2 Kysymykset koskien eri käyttökohteisiin käytettäviä järjestelmiä

Tämän väliotsikon alla esiteltävät kysymykset käsittelevät kaikki kyselyssä mukana olleiden kuntokeskusten nykyisin käytössä olevia ohjelmistoja eri käyttökohteissa. Ennen näitä kysymyksiä on kyselyssä välihuomautuksena teksti ”Seuraavissa kysymyksissä käsitellään nykyisin käytössä olevia asiakastietojärjestelmiä ja niiden ominaisuuksia.”

Viidennessä, kuudennessa ja seitsemännessä kysymyksessä vastausvaihtoehdot ovat täysin samat jokaisessa, koska kaikkia valittavina olleita ohjelmistoja on mahdollisuus käyttää useampaan toimintoon. Kysymykset täytyi kuitenkin esittää ominaan, koska on mahdollista että jossain kuntokeskuksessa käytetäänkin eri ohjelmistoa eri käyttökohteissa. Viides kysymys kysyy ohjelmistoa, jota käytetään kulunvalvontaan. Valittavat vastausvaihtoehdot on esitetty normaaleina valintavaihtoehtoina, koska on oletettavaa, ettei yhden toiminnon yhteydessä käytetä useampaa eri ohjelmistoa. Kuudennessa kysymyksessä tahdottiin selvittää kuntokeskuksien käytössä olevia järjestelmiä ryhmäliikuntalukujärjestyksien hallintaan ja ilmoittautumiseen ja seitsemännessä kysymyksessä asiakkuudenhallintaan käytettäviä järjestelmiä. Seitsemännen kysymyksen perään lisättiin vielä selvennyksen vuoksi englanninkielinen lyhenne CRM, joka tarkoittaa customer relationship managementtia.

Kuten jo aiemmin mainittiin, ovat vastausvaihtoehdot samat viidennessä, kuudennessa ja seitsemännessä kysymyksessä. Vastausvaihtoehtoihin pyrittiin löytämään yleisiä ja nykyisin tunnetuimpia ohjelmistoja, jotka olisivat todennäköisimpiä valintoja. Vastausvaihtoehdot olivat DL Software Sports Edition, Kulkuri, Kulkuri Max, Polar Fitness Management, CMS:n oma järjestelmä, Ei mitään ja Muu, mikä?. Viimeisimmän vastausvaihtoehdon jälkeen jätettiin tyhjä tekstikenttä, jotta vastaaja voisi halutessaan ilmoittaa jonkin muun vaihtoehdon. CMS:n omalla järjestelmällä tarkoitetaan Club Marketing & Management Servi-

cesiä, kansainvälistä kuntoklubiketjua, joilla on käytössään heidän henkilökoh-
tainen järjestelmänsä.

Kyselyn kahdeksas kysymys on toteutettu samalla tavalla kuin kolme edellistä
kysymystäkin, mutta se esitetään omanaan, koska vastausvaihtoehdot ovat
täysin erilaiset. Kahdeksannessa kysymyksessä kysyttiin keskuksen laskutuk-
seen käyttämää järjestelmää. Tähänkin pyrittiin löytämään suuria ja yleisesti
käytössä olevia ohjelmistoja. Vastausvaihtoehdoiksi tähän kysymykseen saatiin
DL Software Sports Edition, Maestro, Passeli, Visma Severa, Ei mitään ja Muu,
mikä?. Jälleen viimeisen vaihtoehdon perään jätettiin tyhjää tilaa uudelle vaih-
toehdolle.

Yhdeksäs kysymys käsittelee keskuksien käytössä olevia kassajärjestelmiä.
Myös tämä toteutettiin perinteisenä valintakysymyksenä, jossa vastaaja pystyi
valitsemaan ainoastaan yhden vaihtoehdon. Tähän kohtaan oli hieman hanka-
laa löytää useita vaihtoehtoja, mutta kyselyyn pyrittiin valitsemaan vastausvaih-
toehdoiksi luotettavia ja yleisiä yrityksiä. Vastausvaihtoehtoina päädyttiin seu-
raaviin: Crafthouse, Maestro, SKJ (Suomen Kassajärjestelmät), Ei mitään ja
Muu, mikä?. Ennakoon tuloksia tarkasteltaessa tässä kysymyksessä tuntui
olevan ongelmia, koska yleisesti oli valittu viimeinen vaihtoehto ja vastattu vain
”kassakone”.

Viimeisin suljettu kysymys tässä osiossa käsitteli keskusten kotisivuja ja niiden
ylläpitämistä. Kysymys esitettiin alasvetovalikkona, koska kotisivujen ylläpitämi-
seen ei erillisiä järjestelmiä ole käytössä paljon. Vastausvaihtoehdoiksi annet-
tiin Drupal, Wordpress, Käsini (FTP + HTML), Päivitysominaisuus on integroituna
kotisivuihin ja Ei mitään. Päivitysominaisuus integroituna tarkoittaa sitä, että
kotisivujen ylläpitäjä voi kätevästi lisätä uutisia ja ilmoituksia sivuilleen tarvitse-
matta erillistä järjestelmää siihen.

Viimeisenä ohjelmistoja käsittelevässä kysymyksessä haluttiin tietää, onko kes-
kuksilla vielä muita käyttökohteita, joita he ohjaavat erillisillä ohjelmistoilla. Tä-
mä kysymys oli helpoin toteuttaa avoimena kysymyksenä, jossa kysymyksen
alla on runsaasti vastaustilaa.

3.3 Autentikointimetodeja koskevat kysymykset

Kysymyksissä 12 ja 13 paneudutaan kuntokeskusten käyttämiin autentikointim metodeihin. Autentikointimethodilla tarkoitetaan tapaa, jolla käyttäjä kirjauttaa itsensä sisään kuntokeskukseen ja saa luvan käyttää keskuksen tarjoamia palveluja. Kysymyksessä 12 kysytään pelkästään keskuksen autentikointimethodia. Kysymys toteutettiin taas perinteisenä valintakysymyksenä, jossa vastaajalla on mahdollisuus valita vain yksi vaihtoehto. Vaihtoehtoiksi valikoitui nykyisin yleisesti käytössä olevia ja yleistäviä autentikointimethodia. Kysymyksen vastausvaihtoehtoiksi valikoituivat Avainkortti, RFID-tunniste, Sormenjälki, Muu, mikä? ja Ei ole.

Kysymyksen 13 tavoitteena oli kartoittaa niitä kohteita, joiden ohjaamiseen tätä autentikointimethodia käytetään. Kysymys toteutettiin monivalintakysymyksenä, koska on mahdollista, että keskuksessa samaa methodia käytetään useammassa eri kohteessa. Kysymykseen valikoitiin useissa keskuksissa olevia palveluja, jotka yleisesti ohjataan etänä. Tähän kysymykseen vastausvaihtoehtoiksi valittiin Kuntosali, Ryhmäliikuntatunnit, Solarium, Muu, mikä? ja Ei muuta kuin sisäänkäyntiä. Vastausvaihtoehto Muu, mikä? on kahdesti, jotta vastaaja voisi lisätä useamman käyttökohteen.

3.4 Kysymykset koskien nykyisten järjestelmien ominaisuuksia ja puutteita

Kyselyn viimeisimmissä kysymyksissä paneuduttiin keskuksien nykyisin käytössä olevien asiakastietojärjestelmien ominaisuuksiin ja puutteisiin. Nämä olivat kriittisiä kysymyksiä, koska niiden avulla opinnäytetyön tilaaja sai eniten informaatiota käyttöönsä. Kysymyksissä pyrittiin selvittämään suurimpia vikoja ja korjauskohtia, joita keskuksat kokivat asiakastietojärjestelmissään olevan. Kysymykset toteutettiin enimmäkseen numeerisina priorisointikysymyksinä, joissa vastaajan piti asettaa ominaisuuksia järjestykseen. Priorisointikysymyksiä ennen esitettiin asteikko, joka oli kysymyksestä riippuen joko yhdestä kuuteen tai yhdestä viiteen, mutta kuitenkin niin, että ykkönen tarkoitti aina merkitsevintä ominaisuutta ja suurin numero tarkoitti vähiten merkitsevää. Nämä priorisointi-

kysymykset olisi ollut parempi toteuttaa niin sanotulla liukunäppäin-ominaisuudella, mutta koska Wepropolissa ei sen kaltaista ominaisuutta ole, kysymykset jouduttiin toteuttamaan tasalukuisina, joten kärjistyksiltä ei tultaisi välttymään.

Kysymyksessä numero 14 haluttiin vastaajien priorisoivan nykyisin käytössä olevien asiakastietojärjestelmien tärkeimmät ominaisuudet. Kysymykseen valittiin viisi ominaisuutta, joiden todettiin olevan ennakolta tärkeimpien joukossa. Kysymyksessä vastaaja pystyi valitsemaan jokaista arvoa vastaavan vain yhden ominaisuuden. Kysymykseen valituiksi ominaisuuksiksi tulivat Asiakaskäyttöliittymän helppokäyttöisyys, Hinta, Luotettavuus, Nykyaikaisuus ja Sosiaalisen median hyödyntäminen.

Seuraavassa kysymyksessä haluttiin tietää, onko nykyisessä asiakastietojärjestelmässä ongelmia tai niin kutsuttuja pullonkauloja, jotka hidastavat/estävät/häiritsevät toimintaa. Kysymys toteutettiin monivalintana, koska yhdessä järjestelmässä voi ilmetä useitakin ongelmia. Vastausvaihtoehdoiksi tähän kysymykseen valittiin Kyllä, järjestelmä/kulunvalvonta ei aina toimi, Kyllä, järjestelmä on ajoittain ruuhkainen, Kyllä, järjestelmässä on ajoittain ongelmia, mitä? ja Ei ole. Avoimen ongelmakohdan jälkeen jätettiin vastausvaihtoehdolle tyhjä tekstikenttä, jotta vastaaja voi kuvailla ongelman siihen.

Kysymyksessä numero 16 haluttiin vastaajien pistävän järjestykseen asiakastietojärjestelmien kriittisimmät tekijät. Tällä selvitettiin ominaisuuksia, jota vastaajat pitävät järjestelmissään kaikkein vaativimpana ja tärkeimpinä toiminnallisuuden kannalta. Kysymykseen valittiin viisi vastausvaihtoehtoa, jotka olivat Ajanvaraus, Asiakassuhteiden hallinta (CRM), Kulunvalvonta, Laskutus/kirjanpito ja Muu, mikä?. Viimeisimmän vaihtoehdon jälkeen jätettiin taas tyhjää tilaa tekstikenttään, jotta vastaaja voisi halutessaan kirjoittaa mielestään jonkin muun erityisen kriittisen tekijän.

Kolme viimeisintä kysymystä paneutuivat jo tulevaisuuteen ja asiakaskäyttöjärjestelmien kehityskohteisiin. Kysymyksessä numero 17 pyydettiin vastaajaa asettamaan kehityssuunnat tärkeysjärjestykseen sen perusteella, mikä kiinnos-

taa eniten. Vaihtoehtoja tähän saatiin viisi, jotka ovat: Asiakassuhteiden hallinta (CRM), Harjoittelun seurantamahdollisuudet, Sosiaalisen median hyödyntäminen, Verkkomaksaminen/verkkokauppa jäsenyyksien uusintaan ja Muu toivottu suunta, mikä. Viimeisimmästä vaihtoehdosta oli unohtunut tekstikenttä pois.

Viimeisessä numeerisessa kysymyksessä haluttiin tietää, ovatko vastaajat kiinnostuneita mahdollisuudesta tehdä kuntosaliharjoitusohjelmia verkossa ja asiakkaan mahdollisuutta seurata ohjelmaa salilla mobiililaitteella. Tässä kysymyksessä vastausskaala oli taas yhdestä viiteen ja vastaaja valitsi yksinkertaisesti sen numeerisen arvon, jonka hän koki olevan lähinnä kiinnostuksensa tasoa.

Kyselyn viimeisin kysymys, kysymys numero 19, oli pelkästään tyhjä tekstikenttä, jossa kysyttiin vastaajan aikeista investoida kuntokeskuksensa asiakastietojärjestelmän kehittämiseen seuraavan 12 kk:n aikana ja muita vapaamuotoisia kommentteja. Kommentteja pystyi laittamaan itse kyselystä tai muuten vain asiakastietojärjestelmistä.

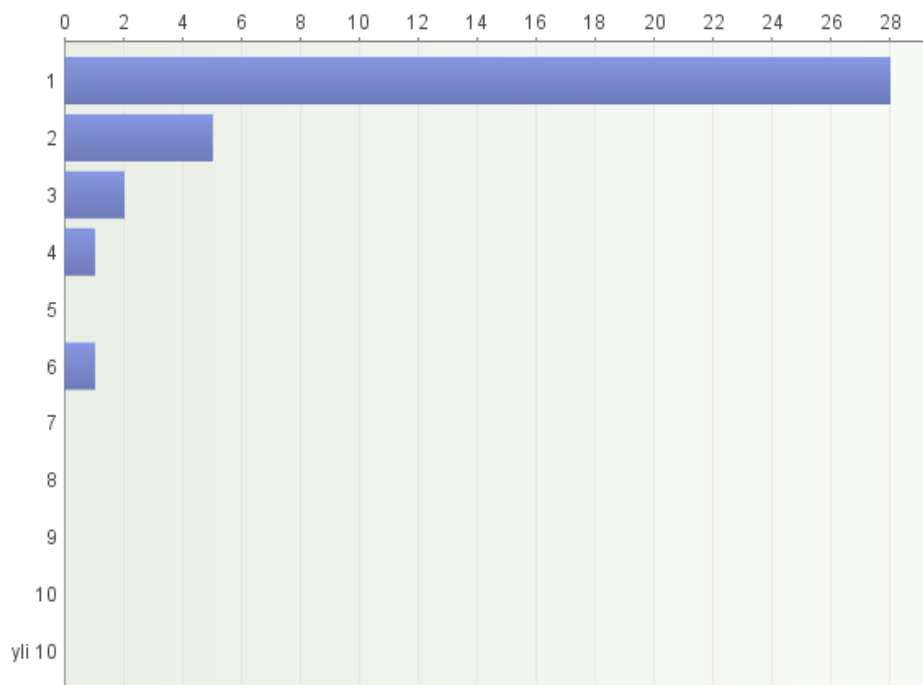
4 KYSELYN TULOKSET JA TULOKSIEN POHDINTA

Kyselyjä lähetettiin onnistuneesti yhteensä 435 yritykselle, joista kyselyyn vastasi 37. Vaikka vastausprosentti jää todella alhaiseksi (8,5 %), voidaan kyselyä pitää luotettavana, koska vastaajiin kuului todella erikokoisia ja eri puolilta Suomea olevia yrityksiä. Opinnäytetyön tulokset käydään läpi samassa järjestyksessä, jota käytettiin jo kyselyä esiteltäessä (luku 3).

4.1 Perustietokysymykset

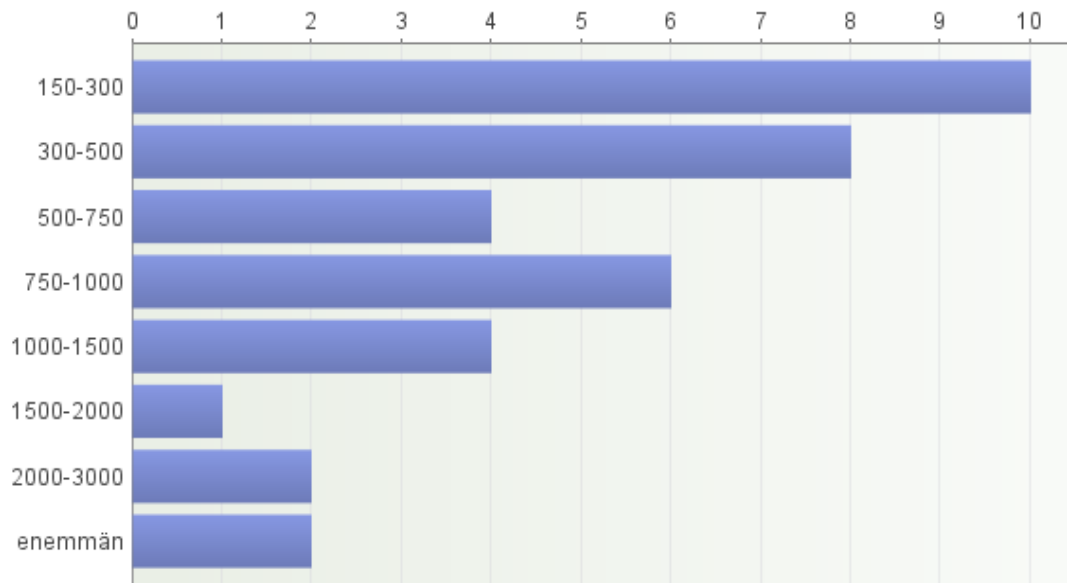
Kyselyn ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin yksinkertaisesti vastaajan kuntokeskuksen nimeä.

Kysymyksessä 2 haluttiin tietää vastaajan toimipisteiden määrää. Kyselyyn vastanneista kuntokeskuksista suurin osa oli yhden toimipisteen keskuksia ja suurin vastannut keskus käsitti jopa kuusi toimipistettä. Kuvasta 3 nähdään vastanneiden kuntokeskusten toimipisteiden määrä.



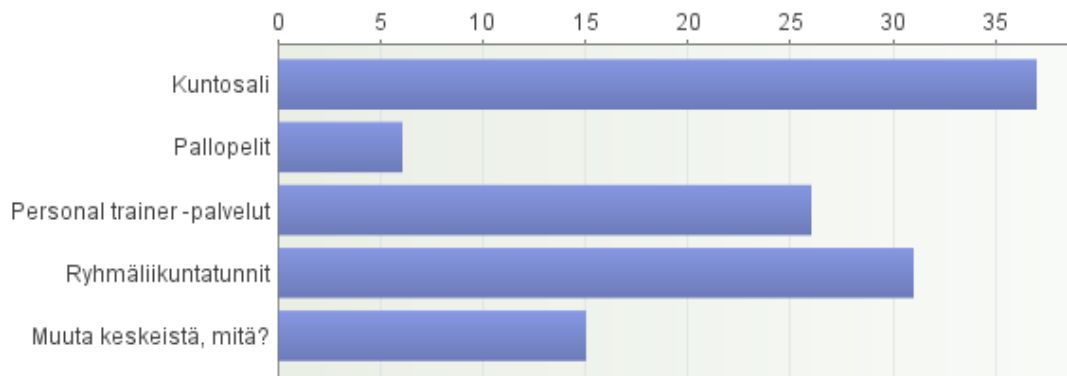
KUVA 3. Toimipisteiden määrä

Kysymyksessä 3 haluttiin tietää vastanneiden keskuksien asiakkaiden määrää. Tämän kysymyksen tulosten huomattavat erot mahdollistavat sen, että tuloksia voidaan pitää luotettavana pienestä vastausprosentista huolimatta. Suurin osa keskuksista on pieniä, alle 300 asiakasta, yrityksiä, mutta vastaajiin mahtuu jopa yli 3000 asiakkaan keskuksia. Kuvasta 4 nähdään kyselyyn vastanneiden kuntokeskusten asiakkaiden määrä.



KUVA 4. Asiakkaiden määrä

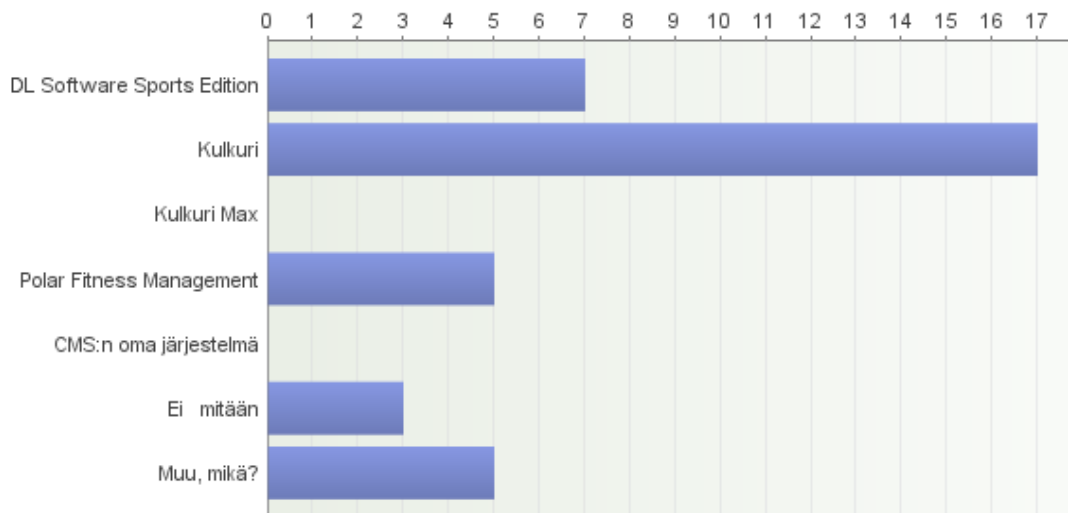
Seuraavassa kysymyksessä etsittiin keskuksien tarjoamia palveluja. Lähes jokainen vastannut keskus tarjosi palveluissaan mahdollisuuden kuntosaliin, mutta lähes yhtä suuri osa tarjosi myös ryhmäliikuntatunteja ja Personal trainer -palveluita. Muihin keskeisiin palveluihin suosituimmiksi olivat nousseet fysioterapia, hieronta, painonhallinta ja joukkueurheilulajit. Joukkueurheilulajit olisi voitu yhdistää myös ryhmäliikuntatuntien alle, mutta ilmeisesti osa vastaajista piti näitä eri asioina. Kuvasta 5 nähdään vastanneiden kuntokeskusten tarjoamat palvelut.



KUVA 5. Kuntokeskusten tarjoamat palvelut

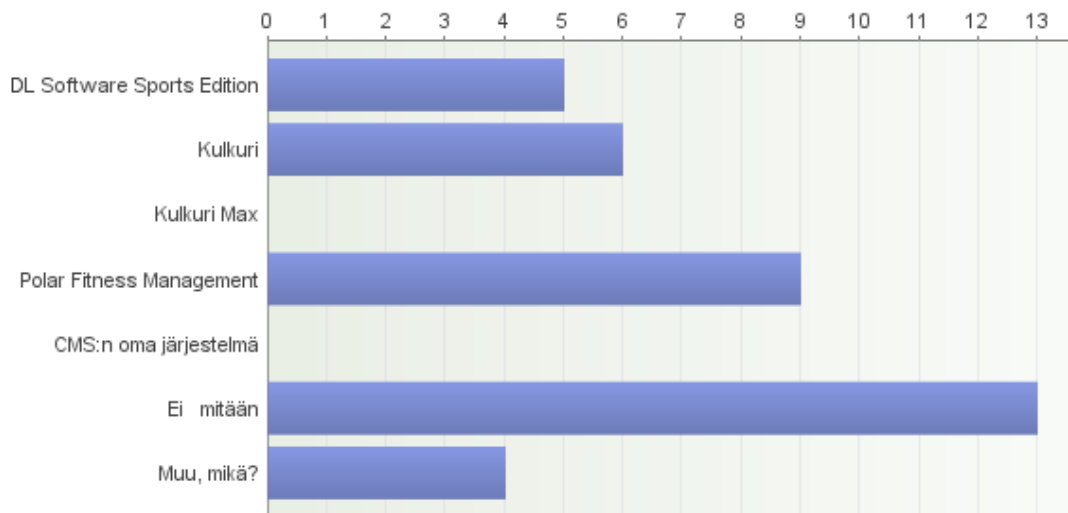
4.2 Kysymykset koskien eri käyttökohteisiin käytettäviä järjestelmiä

Kysymyksessä 5 etsittiin kulunvalvontajärjestelmiä, joita vastanneet käyttivät. Kysymykseen vastanneilla selvästi suosituin järjestelmä vaikutti olevan Kulkuri, joka on analoginen Windows-käyttöympäristössä toimiva kulunvalvontajärjestelmä (3.). Kulkuri-järjestelmää käytti yhteensä jopa 17 keskusta, joka käsittää noin 46 % vastaajista. Syy tähän lienee se, että analoginen järjestelmä on yksinkertaisempi ja helppokäyttöisempi kuin osa nykyisistä järjestelmistä. Osasyynä voi olla myös se, että vanhasta ja tutusta järjestelmästä ei ole haluttu luopua vielä. Suosittuja järjestelmiä olivat myös DL Software Sports Edition ja Polar Fitness Management. Muihin järjestelmiin oli myös listattuna Polarin järjestelmä, joten Polarin ja DL Softwaren käyttäjiä oli yhteensä 35 % vastaajista. Vielä erillisinä järjestelminä oli mainittu HelleWi, Enkora, Securi ja 3A-Sportin oma järjestelmä. Kuvasta 6 nähdään kulunvalvontajärjestelmät, joita vastanneet kuntokeskukset käyttivät.



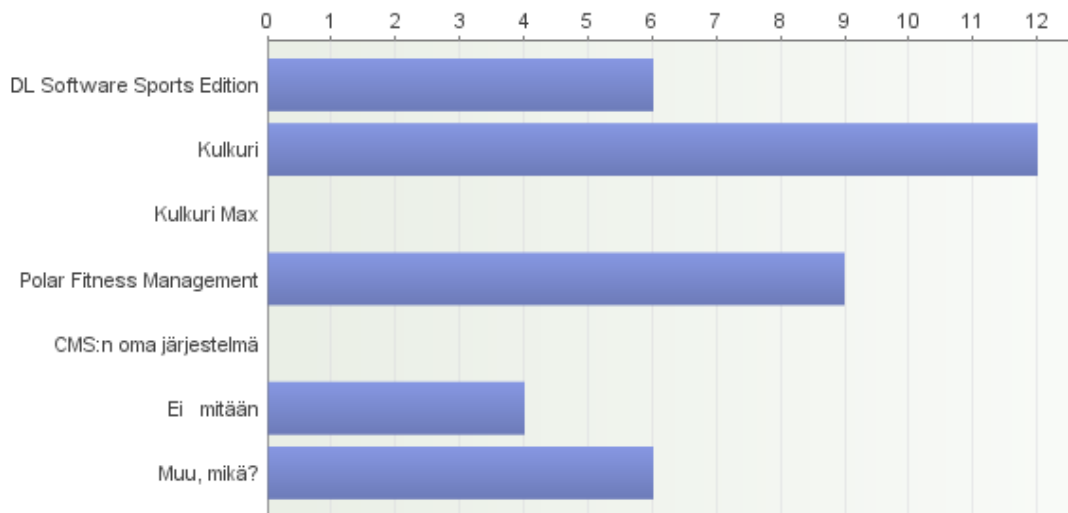
KUVA 6. Kulunvalvontajärjestelmät

Kysymyksessä 6 haluttiin tietää ryhmäliikuntalukujärjestysten hallintaan ja ilmoittautumiseen käytettäviä ohjelmistoja. Tässä kysymyksessä ylivoimaisesti eniten vastauksia keräsi ”Ei mitään” -vaihtoehto, jonka valitsi jopa 35 % vastaajista. Järjestelmien käyttämättömyyden voinee selittää sillä, etteivät kuntokeskukset ole joko todenneet tarvitsevansa erillistä järjestelmää tälle tai sitten sopivaa järjestelmää ei ole vielä löytynyt. Polarin järjestelmän käyttäjiä löytyi yhteensä 10 kappaletta, koska muihin vaihtoehtoihin oli jälleen lisättynä yksi Polarin käyttäjä. Muissa vaihtoehtoissa oli jälleen mainittuna HelleWi, Enkora ja 3A-Sportin oma järjestelmä. Kuvasta 7 nähdään asiakastietojärjestelmät, joita vastanneet kuntokeskukset käyttivät ryhmäliikuntalukujärjestysten hallintaan ja ilmoittautumiseen.



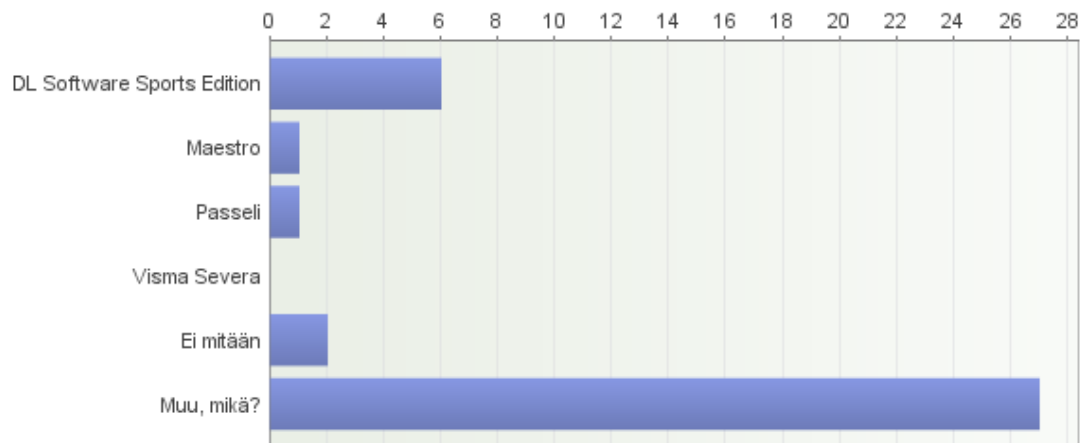
KUVA 7. Ryhmäliikuntalukujärjestysten hallinta ja ilmoittautuminen

Kysymys numero 7 käsitteli asiakkuudenhallintaan käytettäviä ohjelmistoja. Tässäkin toiminnossa vastaajien ylivoimaisesti suosituin järjestelmä oli Kulkuri, jonka suosion syitä pohdittiin jo kulunvalvontajärjestelmien kohdalla. Polarin järjestelmä keräsi tässä noin 27 % äänistä, koska jälleen muissa vaihtoehdoissa oli mainittuna sama järjestelmä. Muihin vaihtoehtoihin uusina oli mainittu manuaaliset keinot, eli Microsoft Excelillä ja Accessilla päivitettävät asiakasrekisterit. Näiden yritysten työmäärä ja asiakasrekisterin päivittäminen voisi helpottaa huomattavasti, jos he ottaisivat käyttöönsä asianmukaisen järjestelmän. Kuvas-
ta 8 nähdään vastanneiden kuntokeskusten asiakkuuden hallintaan käyttämät asiakastietojärjestelmät.



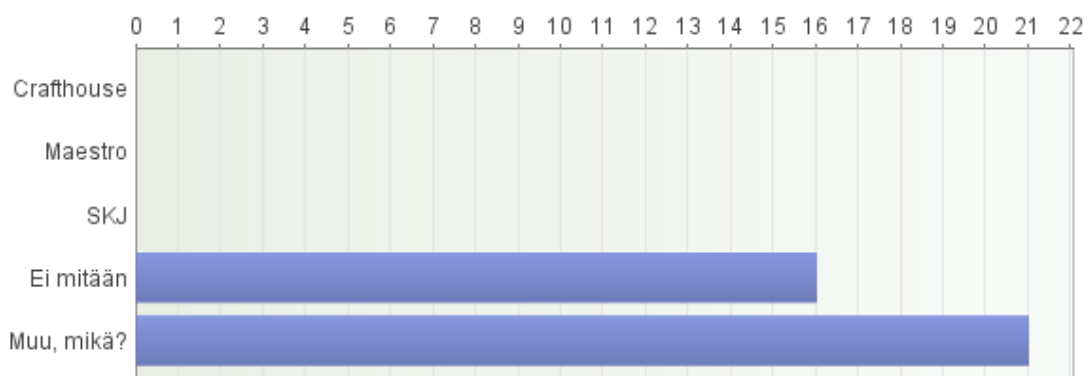
KUVA 8. Asiakkuudenhallinta (CRM)

Kysymys numero 8 käsitteli laskutukseen käytettäviä ohjelmistoja. Tässä ja seuraavassa kysymyksessä oli odotettavaa, että vastausvaihtoehtoihin listaamattomia järjestelmiä tulisi runsaasti, koska hyvää listaa laskutus- ja kassajärjestelmistä ei löytynyt. Avoimissa vastauksissa selvästi suosituimmaksi oli noussut Polarin järjestelmä, jota käytti yhteensä kahdeksan vastaajaa. Muuten avoimissa vastauksissa vaihtoehdot vaihtelivat melkoisesti. Usea vastaaja tyytyi vastaamaan vain "Omaa laskutuspohjaa" tai muuta yhtä suuntaa-antavaa, mutta myös listaamattomia järjestelmiä oli lueteltuna, joista kuitenkin vain Solve ja Kulkurin Laskuri esiintyivät useammin kuin kerran. Kuvasta 9 nähdään kyselyyn vastanneiden kuntokeskusten laskutukseen käyttämät asiakastietojärjestelmät.



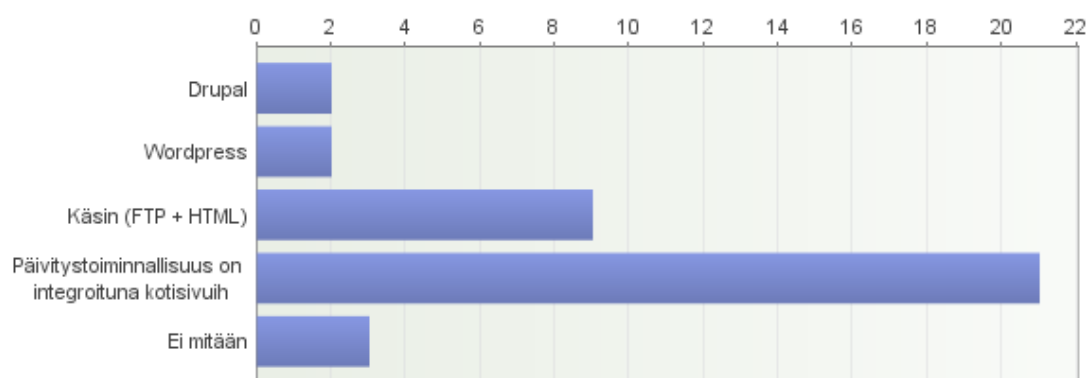
KUVA 9. Laskutus

Yhdeksännessä kysymyksessä etsittiin kuntokeskuksien käyttämiä kassajärjestelmiä. Tässä kysymyksen vastauksissa yllättää erityisesti vaihtoehdon "Ei mitään" yleisyys. Ehkä vastaajat eivät olleet täysin perillä kassajärjestelmistään, koska muissa vaihtoehdoissa usea ihminen oli vastannut vain "kassakone". Kuitenkin järjestelmistä oli osattu nimetä DL Software ja Kulkuri, joita käytti yhteensä kahdeksan vastaajaa. Kuvasta 10 nähdään kyselyyn vastanneiden kuntokeskuksien käyttämät kassajärjestelmät.



KUVA 10. Kassajärjestelmät

Kysymyksessä numero 10 etsittiin ohjelmistoja, joita kuntokeskukset käyttivät kotisivujensa päivittämiseen. Selkeästi suosituimmaksi vaihtoehdoksi nousi kotisivujen mukana tullut ominaisuus, joka mahdollistaa pienien uutisien ja juttujen kirjoittamisen sivuille, eli päivitysominaisuus on integroituna kotisivuihin. Tämän vaihtoehdon valitsi jopa 57 % vastaajista. Vaihtoehdon suosion selittänee sen helppokäyttöisyys, koska se ei vaadi kotisivujen ylläpitäjältä suuria tietoteknisiä taitoja ja sillä saa aikaiseksi kaikki tarvittavat päivitykset. Useat vastaajat päivittivät kotisivujaan vielä käsin koodaamalla. Kuvasta 11 nähdään vastanneiden kuntokeskusten verkkosivujen ylläpitämiseen käyttämät järjestelmät.

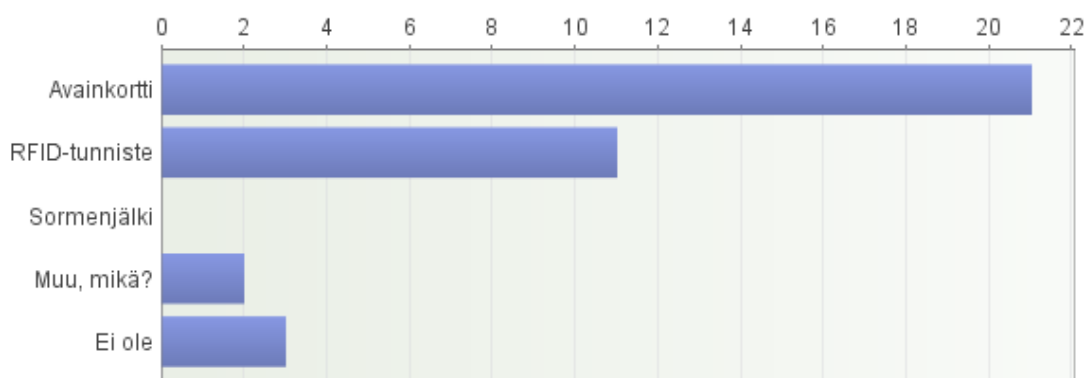


KUVA 11. Verkkosivujen ylläpitäminen

Tämän kysymyskokonaisuuden viimeisimmässä kysymyksessä, kysymyksessä numero 11, haluttiin tietää, olisiko vastaajilla vielä jotain erillisiä käyttökohteita, joiden ohjaamiseen käytettäisiin muita ohjelmistoja. Koska kysymys esitettiin avoimena kysymyksenä, tyydyttiin tuloksissa esittämään vain suosituimpia vaihtoehtoja. Vastausvaihtoehdoissa selvästi eniten nousi esiin Twid-ohjelmisto, jonka avulla vastaajat päivittivät kotisivujaan. Useat vastaajat olivat myös maininneet kuntosaliohjelmien teon, jossa oli yleensä maininta Liikutin-ohjelmistosta. Myös verkkokauppa ja soittolistojen tekeminen todettiin tärkeiksi ominaisuuksiksi.

4.3 Autentikointimetodeja koskevat kysymykset

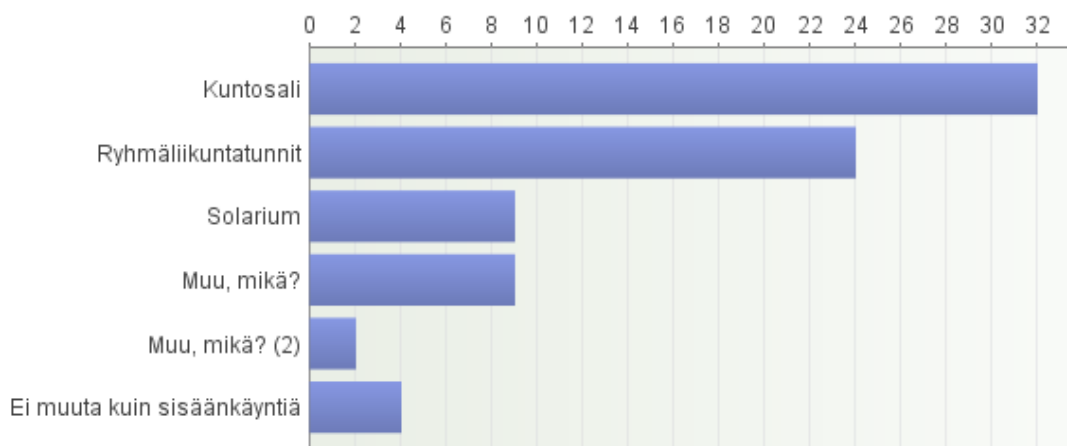
Kysymyksessä numero 12 kysyttiin vastaajien käytössä olevia autentikointimeto-
todeita. Vastauksissa selvästi suosituimmiksi vaihtoehtoisiksi nousivat avainkortti
ja RFID-tunniste, joita käyttivät yli 86 % vastaajista. Avainkortin ja RFID-
tunnisteen suosiota selittävät varmasti niiden helppokäyttöisyydet ja monimuo-
toisuudet. Etenkin RFID-tunnisteet tulevat yleistymään hyvin paljon, koska niitä
voi käyttää useassa eri sovelluksessa. Avainkortin yleisyys voi selittyä Kulkuri-
ohjelmiston yleisyydellä, koska manuaalisesti toimivat ohjelmistot eivät tarvitse
monimuotoisempaa autentikointimetodia, vaan yksinkertainen avainkortti on
riittävä siihen. Muissa vaihtoehtoisissa mainittiin pelkästään avain, mutta
avaimella ohjataan luultavasti pelkästään sisäänkäyntiä. Kuvasta 12 nähdään
vastanneiden kuntokeskusten käyttämät autentikointimetodit.



KUVA 12. Autentikointimethodi

Kysymys 13 käsitteli käytössä olevalla autentikointimethodilla ohjattavia toiminto-
ja. Suurimman määrän vastauksia keräsi kuntosali, mikä olikin odotettavissa,
koska kuntosali on yleisesti suosituin toiminto ja palvelu, jota kuntokeskukset
tarjoavat. Tästä syystä oli myös aihetta odottaa, että lähes jokainen ohjaa kun-
tosalille ilmoittautumista tällä autentikointimethodillaan. Paljon vastauksia keräsi
myös ryhmäliikuntatunneille ilmoittautuminen, mikä oli myös odotettavissa, kos-
ka ilmoittautumisia on helppo ylläpitää autentikointimethodin avulla, eikä ryhmä-
liikuntatunnin vetäjän tarvitse käsin kerätä ilmoittautumisia ja ylläpitää kävijä-
määrää. Muissa vastausvaihtoehtoisissa oli mainittuna "Ei mitään" ja "Sisään-

käynti”, jotka keräsivät yhteensä viisi lisävastausta. Kuvasta 13 nähdään kunto-keskuksien käyttämällä autentikointimetoodeilla ohjattavat toiminnot.



KUVA 13. Autentikointimetoodeilla ohjattavat toiminnot

4.4 Kysymykset koskien nykyisien järjestelmien ominaisuuksia ja puutteita

Seuraavat kysymykset olivat kyselyn ja tulosten hyödyntämisen kannalta kriittisiä, koska niiden avulla saisi parhaan kuvan siitä, mihin asiakastietojärjestelmän kehittämisessä kannattaisi panostaa eniten.

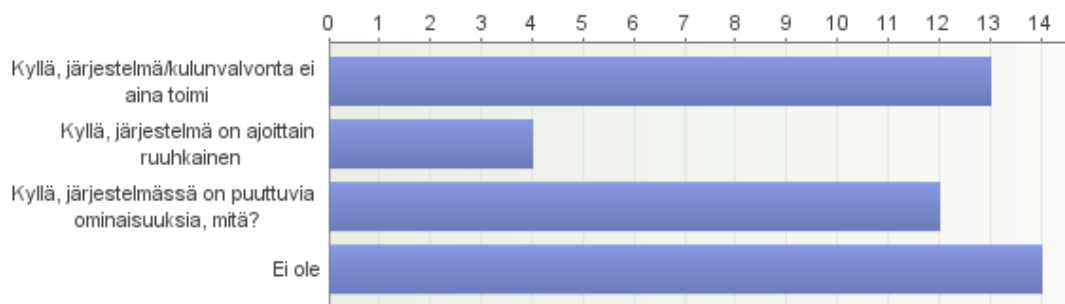
Kysymyksessä 14 haluttiin vastaajien priorisoivan asiakastietojärjestelmän tärkeimmät ominaisuudet. Kysymyksessä pystyi valitsemaan vain yhden arvon yhtä ominaisuutta kohden, ja arvoasteikolla numero yksi tarkoitti kaikkein tärkeintä ominaisuutta ja numero kuusi vähintään tärkeää ominaisuutta. Kuten tuloksista voi päätellä, suuri osa (40 %) vastaajista pitää luotettavuutta tärkeimpänä ominaisuutena. Seuraavaksi tärkeimpänä ominaisuutena pidettiin asiakaskäyttöliittymän helppokäyttöisyyttä, joka keräsi noin 22 % vastauksista. Vähintään tärkeimpänä ominaisuutena pidettiin sosiaalisen median hyödyntämistä, koska lähes 60 % vastaajista valitsi sen vähiten tai toiseksi vähiten tärkeimmäksi ominaisuudeksi. Nämä tulokset ovat arvattavissa, koska sosiaalisen median hyödyntämistä ei nähdä asiakaskäyttöjärjestelmän toiminnan kannalta välttämättömäksi. Epäilisin osan vastaajista lukeneen vastausvaihtoehdot väärinpäin,

koska luotettavuutta vähiten tärkeimpänä ominaisuutena piti yhteensä viisi vastaajaa. Tälle ei tietysti voi saada varmuutta, mutta koska yleinen trendi pitää luotettavuutta kaikkein tärkeimpänä, epäilyksen aiheutta on. Kuvasta 14 nähdään vastanneiden kuntokeskuksien mielestä asiakastietojärjestelmien tärkeimmät ominaisuudet priorisoituina.

	1	2	3	4	5	6	Yhteensä	Keskiarvo
Asiakaskäyttöliittymän helppokäyttöisyys	8	13	4	4	2	0	31	2,32
Hinta	1	5	13	7	4	2	32	3,44
Luotettavuus	15	6	4	1	3	5	34	2,59
Nykyaikaisuus	3	3	7	13	5	1	32	3,53
Sosiaalisen median hyödyntäminen	0	4	3	6	17	5	35	4,46
Yhteensä	27	31	31	31	31	13	164	3,27

KUVA 14. Asiakastietojärjestelmän tärkeimmät ominaisuudet priorisoituna

Kysymyksessä 15 etsittiin tietoja siitä, onko nykyisissä tietojärjestelmissä ongelmia, jotka hidastavat, estävät tai häiritsevät toimintaa. Noin 38 % vastaajista oli sitä mieltä, ettei heidän käytössään olevissa asiakastietojärjestelmissä ole mitään puutteita, mutta kuitenkin suurin osa vastaajista piti asiakastietojärjestelmiään osiltaan puutteellisina. Avoimissa vastauksissa suurimpina ongelma-kohtina pidettiin asiakassuhteiden hallintaa. Moni vastaaja koki ongelmaksi, etteivät esimerkiksi laskutusohjelma ja asiakkuudenhallintaan tarkoitettu ohjelma toimi yhdessä hyvin. Ongelmia tuli myös siitä, jos kuntokeskuksella oli käytössä usea asiakastietojärjestelmä, joiden tiedot pitäisi saada yhdistettyä. Näiden järjestelmien puutteiden takia kuntokeskukset joutuvat tekemään paljon manuaalista työtä. Kuvasta 15 nähdään kuntokeskuksien nykyisten asiakastietojärjestelmien puutteet, jotka hidastavat, estävät tai häiritsevät toimintaa.



KUVA 15. Tietojärjestelmän puutteet, jotka hidastavat, estävät tai häiritsevät

Kysymyksessä numero 16 haluttiin vastaajien pistävän järjestykseen kriittisimmät tekijät. Myös tässä kysymyksessä pidettiin sama järjestys, kuin kysymyksessä numero 14, eli numero yksi tarkoitti kaikkein kriittisintä tekijää ja numero viisi kaikkein vähinten kriittistä. Koska kysymys oli jälleen priorisointia, yhtä arvoa kohden pystyi valitsemaan vain yhden tekijän. Kysymyksessä selkeästi kriittisimmäksi tekijäksi nousi kulunvalvonta, jonka vastaajat valitsivat kriittisimmäksi tai toiseksi kriittisimmäksi tekijäksi jopa lähes 66 % kerroista. Vähiten kriittisenä tekijänä pidettiin ajanvarausta, joka sai kaksi vähiten kriittistä arvoa 43 % vastaajilta. Avoimina vastauksina annettiin viestintää, tilastoja ja palkanmaksuja. Kuvasta 16 nähdään kuntokeskuksien mielestä kriittisimmät tekijät järjestettyinä.

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Ajanvaraus	5	7	5	12	4	33	3,09
Asiakassuhteiden hallinta (CRM)	4	9	15	7	0	35	2,71
Kulunvalvonta	15	10	3	1	5	34	2,15
Laskutus/kirjanpito	5	8	9	12	3	37	3
Muu, mikä?	2	0	2	1	3	8	3,38
Yhteensä	31	34	34	33	15	147	2,87

KUVA 16. Kriittisimpien tekijöiden järjestäminen

Kysymyksessä 17 käsiteltiin kehityssuuntien tärkeysjärjestystä. Selvästi tärkeimpänä kehityssuuntana pidettiin asiakassuhteiden hallintaa, joka valittiin tär-

keimmäksi tai toiseksi tärkeimmäksi 65 % kerroista. Tämä ilmiö selittyi jo kysymyksessä numero 15, jossa useat vastaajat olivat kritisoineet nykyisen asiakastietojärjestelmän puutteita asiakassuhteiden hallinnassa. Tässäkin vähiten tärkeimmäksi kehityssuunnaksi nostettiin sosiaalisen median hyödyntäminen, joka sai vähiten tärkeän tai toiseksi vähiten tärkeän arvon noin 46 % vastauksista. Sama ilmiö oli huomattavissa myös kysymyksessä numero 14, jossa sosiaalisen median hyödyntämistä pidettiin asiakastietojärjestelmän kannalta melko toisarvoisena asiana. Kuvasta 17 nähdään vastanneiden kuntokeskuksien mielestä tärkeysjärjestys kehityssuunnille.

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Asiakassuhteiden hallinta (CRM)	18	6	5	4	2	35	2,03
Harjoittelun seurantamahdollisuudet	3	9	11	8	4	35	3,03
Sosiaalisen median hyödyntäminen	0	9	9	14	3	35	3,31
Verkkomaksaminen/verkkokauppa jäsenyyksien uusintaan	6	11	7	8	3	35	2,74
Muu toivottu suunta, mikä	6	0	1	1	6	14	3,07
Yhteensä	33	35	33	35	18	154	2,84

KUVA 17. Kehityssuuntien tärkeysjärjestys

Kyselyn toiseksi viimeinen kysymys, kysymys numero 18, käsitteli harjoitusohjelmien tekemistä verkossa ja niiden seuraamista salilla mobiililaitteella. Kysymyksessä haluttiin yksinkertaisesti tietää, kuinka kiinnostuneita vastaajat olisivat ko. ominaisuudesta. Tässä kysymyksessä vastaukset vaihtelivat suuresti. Kuten keskiarvosta voi todeta, pidettiin tätä ominaisuutta aika neutraalina. Arvoasteikon arvolle numero kolme voisi sopiva sanallinen kuvaus olla ”Kiinnostaa hieman”. Kuitenkin vastaajista osa olisi ominaisuudesta todella kiinnostuneita, mutta myös yhtä suuri osa pitää ominaisuutta ei-kiinnostavana. Vastauksista suurempi osa painottuu ei-kiinnostuneiden päähän. Kuvasta 18 nähdään vastanneiden kuntokeskuksien kiinnostus kuntosaliharjoitusohjelmien tekemiseen verkossa ja niiden seuraamiseen mobiililaitteella.

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Kiinnostuksenne	9	2	9	8	9	37	3,16

KUVA 18. Kuntosaliharjoitusohjelmien tekeminen verkossa ja seuranta mobiililaitteella

Kyselyn viimeisimmällä kysymyksellä haluttiin tietää, ovatko vastaajat aikeissa investoida kuntokeskuksensa asiakastietojärjestelmän kehittämiseen seuraavan vuoden aikana. Vastaukseen sai myös laittaa vapaamuotoisia kommentteja kyselystä ja asiakastietojärjestelmistä.

Kysymyksen tuloksissa nousi esille uuden ja tehokkaamman asiakastietojärjestelmän tarve, koska nyt useassa paikassa menee liikaa henkilökunnan resursseja tietojärjestelmän ongelmien vuoksi, eikä asiakaspalvelulle jää näin aikaa. Uuteen järjestelmään haluttaisiin toimiva keskusteluyhteys kaikkien ominaisuuksien kesken ja parantaa asiakaskontakteja. Vastauksissa nousi esille myös vastaajien tyytymättömyys järjestelmien kehittäjiin, koska vastauksista ilmeni kehittäjien riittämätön kiinnostus asiakkaiden tarpeita kohtaan. Myös asiakastietojärjestelmien nykyaikaistamiseen olisi kiinnostusta esimerkiksi entistä monipuolisempaan harjoitusohjelmien laadintaan ja internet-pohjaisiin ajanvarausjärjestelmiin.

5 YHTEENVETO

Opinnäytetyön kyselytutkimuksen tarkoituksena oli selvittää suomalaisten kuntokeskuksien käyttämät järjestelmät ja niitä koskevat tarpeet. Työn tavoitteena oli myös luoda Tooltip Oy:lle mahdollisuuksia laajentaa järjestelmänsä levikkiä, kun tiedetään, mitä ongelmakohtia nykyisissä järjestelmissä on.

Työn tuloksista saatiin laajaa tietoa eri kuntokeskuksien käyttämisestä järjestelmistä. Suurehko osa vastanneista keskuksista käyttää edelleen manuaalisia järjestelmiä (Kulkuri), minkä myötä tulevat ongelmat eri järjestelmien yhdistämisestä. Suurimmiksi kehityskohteiksi nousivat asiakastietojärjestelmien puutteet etenkin asiakkuudenhallinnassa. Asiakastietojärjestelmien järkevämällä suunnittelulla saataisiin kuntokeskuksien henkilökunnalle enemmän aikaa ja resursseja itse asiakaskontakteihin. Suurin työ onkin tietojärjestelmien kehittäjillä, joiden pitäisi suunnata enemmän mielenkiintoa suoraan asiakkailta tuleviin tarpeisiin ja ongelmakohtiin.

Työn suurimpana ongelmana esille nousi, ei niinkään suurena yllätyksenä, vastaajien vähyys. Nykypäivinä kyselytutkimuksia ja kyselyitä tulee ihmisille sähköposteihin ja puheluina todella usein ja näihin vastaaminen koetaan liian aikavieväksi ja haastavaksi, joten useat jättävät vastaamatta niihin. Jos useampi henkilö vastaisi kyselyihin, niistä saatavat hyödyt ja lopputulokset olisivat huomattavasti suurempia. Opinnäytetyön kyselystä saatiin hyviä tuloksia, koska vastaajissa oli varianssia riittävästi, eli vastaajat edustivat hyvin erilaisia kuntokeskuksia.

Opinnäytetyö oli mielenkiintoinen toteutettava. Se antoi tietoa kyselytutkimuksista ja kuntokeskuksista, joista on varmasti suurta hyötyä tulevaisuudessa. Toivottavasti tämä opinnäytetyö antaa hyötyä sen tilaajalle ja toimii myös esimerkkinä uusille opinnäytetöille, jotka pohjautuvat kyselytutkimuksiin.

LÄHTEET

1. Club Management. 2012. Polar Electro Oy. Saatavissa: <http://www.bypolar.fi/fin/>. Hakupäivä: 15.10.2012
2. FitnessBooker. 2012. Tooltip Oy. Saatavissa: <http://www.tooltip.fi/> Hakupäivä: 9.9.2012
3. Kulkuri järjestelmät. 2012. Lassway Oy. Saatavissa: <http://www.lassway.fi/kulkuri.shtml>. Hakupäivä: 3.10.2012
4. Liikuntakeskuksien toiminnanohjausjärjestelmä. 2011. DL Software Oy. Saatavissa: <http://www.dlsoftware.com/dl-prime-3000-toimialaratkaisut/liikuntakeskuksien-toiminnanohjaus-jarjestelma/>. Hakupäivä: 15.10.2012
5. Vehkalahti, Kimmo 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Vammala: Tammi.

LÄHTÖTIETOMUISTIO

Tekijä Heikki Mertaniemi _____

Tilaaaja Tooltip Oy _____

Tilaaajan yhdyshenkilö ja yhteystiedot Sami Ylimäinen _____

Työn nimi Kuntokeskusten asiakastietojärjestelmäkartoitus _____

Työn kuvaus Opinnäytetyön aiheena on suorittaa suomalaisille kuntokeskuksille tietojärjestelmäkartoitus. Työ suoritetaan suurimmaksi osin internetin välityksellä kyselytutkimusena, mutta tarvittaessa myös puhelimen välityksellä tai henkilökohtaisella tasolla. ____

Työn tavoitteet Kartoituksen tavoitteena on saada selvyys suomalaisten kuntokeskusten käyttämistä tietojärjestelmistä ja niitä koskevista tarpeista. Tavoitteena on myös luoda Tooltip Oy:lle mahdollisuuksia laajentaa järjestelmänsä levikkiä, kun tiedetään mitä ongelmakohtia nykyisissä järjestelmissä on. Tavoitteena on saada tietoon nykyisin käytettävät tietojärjestelmät ja niiden tärkeimmät ominaisuudet, prosesseihin ja markkinointiin liittyvät tarpeet ja puutteet, lähitulevaisuuden odotukset koskien lisääntyvän teknologian hyödyntämistä ja potentiaaliset asiakkaat ja heidän investointihalukuutensa.

Tavoiteaikataulu Tavoitteena olisi saada kyselytutkimus suoritettua kesän aikana, joten syksyille jäisi pelkästään tulosten analysointi ja itse opinnäytetyön kirjoittaminen. Viimeiseksi päivämääräksi on merkitty 30.11.2012

Päiväys ja allekirjoitukset _____

KYSELY LIIKUNTAKESKUSTEN TIETOJÄRJESTELMÄTILANTEESTA JA -TARPEISTA

Suomalaisissa kuntokeskuksissa on käytössä erilaisia kulunvalvonta- ja asiakastietojärjestelmiä. Alalle suunnattujen tietojärjestelmien tarjoajia on suhteellisen vähän. Liikuntakeskusten käyttötarpeet ja -vaatimukset vaihtelevat runsaasti.

Tällä kyselyllä pyrimme kartoittamaan, minkälaisia tarpeita ja vaatimuksia Teillä on tietojärjestelmien ja kulunvalvontajärjestelmille.

Kyselyn tulosten toivotaan hyödyttävän alan kehitystä monella tapaa:

- nykyiset tietojärjestelmätoimittajat voivat kehittää tuotteitaan ja teknologioitaan paremmin tarvetta ja kysyntää vastaaviksi,
- voi syntyä uusia näkökulmia ja innovaatioita vaatimusten ratkaisemiseksi ja tulosten julkaisemisen yhteydessä kaikille alan toimijoille,
- Teille, syntyy parempi kokonaiskuva siitä, millaisia järjestelmiä ja ratkaisuja on tarjolla ja minkälaisia tarpeita ja vaatimuksia alalla esiintyy.

Kysely toteutetaan Oulun seudun ammattikorkeakoulun hyvinvointiteknologia-alan oppilastyönä. Kysely suoritetaan noin 500 kuntokeskuksella. Kyselystä saatavat tulokset lähetetään kaikille vastanneille ja lisäksi ne julkaistaan kaikille kuntokeskuksille lähetettävässä alan ammattilehdessä.

Kymmenen minuutin investomisella tähän kyselyyn voit tulevina vuosina säästää kymmeniä tunteja työajastasi ja tehostaa toimintojanne, jopa mahdollistaa uusia!

Kiitos jo etukäteen arvokkaasta vastauksestasi!

Kunnioittaen,

Heikki Mertaniemi, hyvinvointiteknologian opiskelija, OAMK

Kuntokeskuksien tietojärjestelmäkartoitus Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa suomalaisten kuntokeskuksien käyttämiä tietojärjestelmiä, tarpeita ja kehittämiskohteita niihin liittyen.

1. Kuntokeskuksenne nimi? *

2. Toimipisteiden määrä? *

3. Asiakkaiden määrä? *

4. Kuntokeskuksenne tarjoamat palvelut? *

- ☐ Kuntosali
- ☐ Pallopelit
- ☐ Personal trainer -palvelut
- ☐ Ryhmäliikuntatunnit
- ☐ Muuta keskeistä, mitä?

Seuraavissa kysymyksissä käsitellään nykyisin käytössänne olevia asiakastietojärjestelmiä ja niiden ominaisuuksia.

5. Mitä ohjelmistoa käytätte kulunvalvontaan? *

☐ DL Software Sports Edition

☐ Kulkuri

☐ Kulkuri Max

☐ Polar Fitness Management

☐ CMS:n oma järjestelmä

☐ Ei mitään

☐ Muu, mikä?

6. Mitä ohjelmistoa käytätte ryhmäliikuntalukujärjestysten hallintaan ja ilmoittamiseen? *

☐ DL Software Sports Edition

☐ Kulkuri

☐ Kulkuri Max

☐ Polar Fitness Management

☐ CMS:n oma järjestelmä

☐ Ei mitään

☐ Muu, mikä?

7. Mitä ohjelmistoa käytätte asiakkuudenhallintaan (CRM)? *

☐ DL Software Sports Edition

☐ Kulkuri

☐ Kulkuri Max

☐ Polar Fitness Management

☐ CMS:n oma järjestelmä

☐ Ei mitään

☐ Muu, mikä?

8. Mitä ohjelmistoa käytätte laskutukseen? *

☐ DL Software Sports Edition

☐ Maestro

☐ Passeli

☐ Visma Severa

☐ Ei mitään

☐ Muu, mikä?

9. Mitä ohjelmistoa käytätte kassajärjestelmäänne? *

☐ Crafthouse

☐ Maestro

☐ SKJ

☐ Ei mitään

☐ Muu, mikä?

10. Mitä ohjelmistoa käytätte verkkosivujenne ylläpitämiseen? *

11. Onko kuntokeskuksessanne muita käyttökohteita, joita ohjaatte erillisellä ohjelmistolla? Jos kyllä, niin mitä ne ovat ja millä ohjelmistolla ohjaatte niitä?

5

6

12. Autentikointimetodi? *

☐ Avainkortti

☐ RFID-tunniste

☐ Sormenjälki

☐ Muu, mikä?

☐ Ei ole

13. Mitä toimintoja ohjaatte sillä? *

☐ Kuntosali

☐ Ryhmäliikuntatunnit

☐ Solarium

☐ Muu, mikä?

☐ Muu, mikä?

☐ Ei muuta kuin sisäänkäyntiä

14. Tietojärjestelmän tärkeimmät ominaisuudet priorisoituna. *

Merkitse tärkein ominaisuus numerolla 1 ja vähiten tärkein numerolla 6.

Asiakaskäyttöliittymän helppokäyttöisyys

Hinta

Luotettavuus

Nykyaikaisuus

Sosiaalisen median hyödyntäminen

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Onko tietojärjestelmässänne ns. pullonkauloja, jotka hidastavat/estävät/häiritsevät toimintaanne? *

☐ Kyllä, järjestelmä/kulunvalvonta ei aina toimi

☐ Kyllä, järjestelmä on ajoittain ruuhkainen

☐ Kyllä, järjestelmässä on puuttuvia ominaisuuksia, mitä?

☐ Ei ole

16. Pistä järjestykseen kriittisimmät tekijät. *

Merkitse tärkein ominaisuus numerolla 1 ja vähiten tärkein numerolla 5.

Ajanvaraus

Asiakassuhteiden hallinta (CRM)

Kulunvalvonta

Laskutus/kirjanpito

Muu, mikä?

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Aseta kehityssuunnat tärkeysjärjestykseen. Mikä kiinnostaa eniten? *

Merkitse tärkein ominaisuus numerolla 1 ja vähiten tärkein numerolla 5.

Asiakassuhteiden hallinta (CRM)

Harjoittelun seurantamahdollisuudet

Sosiaalisen median hyödyntäminen

Verkkomaksaminen/verkkokauppa jäsenyyksien uusintaan

Muu toivottu suunta, mikä

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Jos kuntosaliharjoitusohjelmia olisi mahdollista tehdä verkossa ja asiakkaalla olisi mahdollisuus seurata ohjelmaa (laite, painojen määrä, toistojen määrä, palaute) salilla mobiililaitteella, kuinka kiinnostuneita olisitte? *

1=Kiinnostaa hyvin paljon, 5=Ei kiinnosta.

Kiinnostuksenne

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Oletteko aikeissa investoida kuntokeskuksenne asiakastietojärjestelmän kehittämiseen seuraavan 12 kk:n aikana? Jos kyllä, niin miten? Muut vapaamuotoiset kommentit.

5

6

Lähetä

